

**PENGARUH INOVASI PRODUK, INOVASI PROSES,
INOVASI LAYANAN TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi Empiris Pada *Homepreneur* di Kabupaten Temanggung)**

SKRIPSI

**Memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun oleh :
Nisrina Hasna Saputri
NPM : 16.0101.001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAGELANG
2020**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, INOVASI PROSES,
INOVASI LAYANAN TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi Empiris Pada *Homepreneur* di Kabupaten Temanggung)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**

Disusun oleh :
Nisrina Hasna Saputri
NPM : 16.0101.001

**PROGAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2020**

SKRIPSI

PENGARUH INOVASI PRODUK, INOVASI PROSES, INOVASI LAYANAN TERHADAP KINERJA UMKM

(Studi Empiris *Homepreneur* di Kabupaten Temanggung)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Nisrina Hasna Saputri

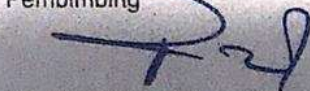
NPM 16.0101.0061

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal 13 Agustus 2020

Susunan Tim Penguji

Pembimbing



Dr. Rochiyati Murniningsih, SE., MP

Pembimbing I

Pembimbing II

Tim Penguji



Dr. Rochiyati Murniningsih, SE., MP

Ketua



Drs. Muljono, M.M

Sekretaris



Nur Hidayah, SE., M.M

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana S1

Tanggal

07 SEP 2020

Drs. Marlina Kurnia, MM

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nisrina Hasna Saputri

NIM : 16.0101.0061

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH *INOVASI PRODUK, INOVASI PROSES, INOVASI LAYANAN*
TERHADAP KINERJA UMKM**

(Studi Empiris Pada *Homepreneur* di Kabupaten Temanggung)

adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar ke-sarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, Agustus 2020



Nisrina Hasna Saputri
16.0101.0061

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Nisrina Hasna Saputri
Tempat, Tanggal Lahir : Temanggung, 27 Oktober 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jl Kh Subkhi No.37 Parakan Kauman
Kabupaten Temanggung
Email : nhasna407@gmail.com
No. Hp : 0895410212874

Pendidikan :

- | | |
|---------------------------|------------------|
| 1. TK Dharma Wanita | Lulus Tahun 2003 |
| 2. SD Negeri 03 Parakan | Lulus Tahun 2009 |
| 3. SMP Negeri 01 Kedu | Lulus Tahun 2012 |
| 4. SMK Swadaya Temanggung | Lulus Tahun 2015 |

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Magelang, Agustus 2020
Peneliti



Nisrina Hasna Saputri
16.0101.0061

MOTTO

*“Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik
(untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong).”*
(HR. Muslim)

“Jika kamu ingin hidup bahagi, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda”
(Albert Einstein)

*“Jika kau tak suka sesuatu, ubahlah. Jika tak bisa, maka ubahlah cara
pandangmu tentangnya”*
(Maya Angelou)

“Temukan rasa manis dihatimu, kan kau temukan rasa manis di setiap hati.”
(Maulana Jalaludin Rumi)

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Wasyukurillah, senantiasa peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat kepada semua hambanya, sehingga sampai saat ini kita masih mendapatkan ketetapan Iman dan Islam.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW pembawa rahmat bagi makhluk sekian alam, keluarga, sahabat dan para tabi'in serta kita umatnya, semoga kita senantiasa mendapat syafa'at dari beliau.

Peneliti menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan serta do'a dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti menghaturkan rasa syukur dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Suliswiyadi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Ibu Dra. Marlina Kurnia, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
3. Bapak Mulato Santoso, SE., Msc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
4. Ibu Dr. Rochiyati Murniningsih, SE., MP. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, dengan memberikan pengarahan, saran dan koreksi sehingga skripsi ini dapat tercapai.
5. Bapak Drs Hamron Zubadi, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik dan segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberikan ilmunya kepada peneliti dan senantiasa mengarahkan serta memberi motivasi selama peneliti melaksanakan kuliah sehingga peneliti mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Romadhoni dan ibu Sri Listiatiningsih selaku kedua orang tua saya yang selalu memberikan saya dukungan, semangat dan doa yang tiada putusnya untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh keluarga saya yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Fernando Galih Prasetyo selaku sahabat yang selalu ada mendukung, memberikan nasehat, dan semangat dari awal penyusunan skripsi sampai selesai.
9. Untuk Alifah,Rizky,Sela,Emara,Tara,Regita,Mas Army,Mas Idut yang selalu mendengarkan keluh kesah ketika penulisan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2016, khususnya konsentrasi Kewirausahaan yang telah memberikan dukungan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan pihak yang tulus membantu peneliti dengan balasan yang lebih dari yang mereka berikan. Mengingat segala kekurangan dan keterbatasan peneliti bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. wb

Magelang, Agustus 2020

Peneliti



Nisrina Hasna Saputri

16.0101.0101.0061

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Telaah Teori	7
1. <i>Theory of Planned Behaviour</i>	7
2. Kinerja UMKM	9
3. Inovasi Produk.....	12
4. Inovasi Proses	15
5. Inovasi layanan	17
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Pengembangan Hipotesis	24
D. Model Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan Penelitian	29
B. Jenis Data dan Sumber Data.....	29
C. Metode Pengumpulan Data	30
D. Populasi dan Sampel	30
E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	32

F. Analisis Data	34
1. Uji Statistik Deskriptif.....	34
2. Uji Instrumen Data	34
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Deskriptif Responden	39
1. Kuesioner Yang Diolah	39
2. Demografi Responden	39
3. Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
B. Uji Kualitas Data.....	43
C. Analisis Data	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Proses Distribusi dan Penerimaan Kuesioner	39
Tabel 4.2 Deskripsi Penelitian	40
Tabel 4. 3 Descriptive Statistics.....	41
Tabel 4.4 Pengujian Reliabilitas	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	45
Tabel 4.6 Uji R^2 Model Summary.....	46
Tabel 4.7 Uji T	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian	28
----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	63
Lampiran 2 Tabulasi Responden.....	67
Lampiran 3 Analisis Deskriptif.....	69
Lampiran 4 Uji Validitas Variabel.....	70
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	71
Lampiran 6 Analisis Berganda.....	72

ABSTRAK

Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Layanan Terhadap Kinerja UMKM (Studi Empiris Pada *Homepreneur* di kabupaten Temanggung)

Oleh:

Nisrina Hasna Saputri

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi produk, inovasi proses dan inovasi layanan terhadap kinerja UMKM. Populasi dalam penelitian ini adalah *Homepreneur* di kabupaten Temanggung. Sampel yang diambil dari penelitian ini sebanyak 60 dengan metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Inovasi layanan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Kata kunci : Inovasi Produksi, Inovasi Proses, Inovasi Layanan, Kinerja UMKM

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting bagi negara, tentunya dalam pertumbuhan ekonomi dan industry di suatu negara. UMKM pada suatu daerah harus berinovasi agar dapat mengembangkan usahanya dan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Peran pemerintah yaitu membimbing wirausaha dalam membangun bisnis agar dapat berjalan dengan baik. Masalah yang sering dihadapi oleh para pelaku *homepreneur* antara lain mengenai inovasi, pemasaran, produk teknologi dan pengelolaan keuangan yang adakan berdampak pada kinerja *homepreneur*.

Kinerja merupakan ukuran keberhasilan sebuah usaha dalam mencapai tujuan bisnisnya. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan inovasi produk, inovasi proses dan inovasi layanan sebagai indikator pengukuran keberhasilan kinerja itu sendiri. Kinerja bisnis dapat dilihat dari sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kebutuhan untuk bertahan. Kemampuan berinovasi adalah kemampuan untuk menyesuaikan atau mengubah ide-ide baru menjadi produk atau proses baru Sri Hartini (2012). Terdapat inovasi produk, proses dan inovasi layanan yang hubungannya sangat erat dengan keberhasilan kinerja suatu UMKM. Inovasi produk tidak kalah penting, produk yang dihasilkan oleh pengusaha harus mempunyai inovasi. Inovasi diterapkan untuk memenuhi permintaan pasar, yang berarti pengusaha harus mendesain produknya sesuai keinginan

konsumen agar produk dapat diterima dipasar.

Penawaran produk oleh perusahaan sekarang ini menjadi beragam, tentunya terdapat kelebihan dari masing-masing produk sesuai kebutuhan. Sebagai konsumen, mereka akan lebih memilih/selektif pada produk yang membuat mereka tertarik. maka para wirausaha akan bersaing untuk menginovasi produk yang dihasilkan agar konsumen tertarik akan produknya, dan inovasi produk dilakukan untuk mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.

Inovasi proses adalah tindakan untuk memperkenalkan proses produksi baru atau aktivitas harian baru Najib et al (2011). Inovasi proses menggambarkan perubahan dalam cara produksi atau jasa akhir dari suatu perusahaan. Dimensi inovasi ketiga yaitu inovasi layanan (service innovation) yang dimaknai sejauh mana UMKM mencapai keunggulan kompetitif berdasarkan inovasi layanan (Storey DJ et al , 2016).

Perkembangan *homepreneur* mengharuskan para pelaku untuk bertahan dan siap dalam persaingan. Hal ini memicu para pelaku agar menciptakan usaha-usaha yang baru dan berbeda. Obyek penelitian ini adalah *homepreneur* di kabupaten Temanggung yang memiliki peranan penting dalam ikut serta pembangunan ekonomi daerah.. Industri ini akan berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu. Bisnis yang bergerak dalam penyajian makanan dan minuman yang dimana sangat banyak untuk ditemukan dari skala yang paling kecil hingga yang paling besar . Para pelaku bisnis disini harus menyiapkan strategi agar selalu

maju dan berkembang ketika makin banyaknya muncul para pesaing baru. Semakin ketatnya persaingan dibisnis ini membuat para pelaku bisnis dituntut untuk selalu bergerak lebih cepat agar selalu mempertahankan konsumen lama dan menarik para konsumen baru.

Berbisnis dirumah (*Homepreneur*) menjadi batu loncatan untuk menjadi wirausaha yang sukses dengan segala keterbatasan yang ada. *Homepreneur* adalah Suatu usaha yang produksi dan pemasarannya dilakukan dari rumah dengan memanfaatkan fasilitas yang ada seperti dapur, pelaku homepreneur sendiri bisa laki-laki yang memiliki kemampuan untuk memulai sesuatu yang baru adapula perempuan yang menyeimbangkan peran ibu rumah tangga dan melakukan bisnis dirumah. Ketajaman bisnis ini dimulai dari berbagai masalah yang dihadapi seperti pelecehan di tempat kerja, pembatasan anggota keluarga dan PHK. Situasi saat ini mendorong orang-orang yang mengalami permasalahan di tempat kerja untuk melakukan pekerjaan/usaha agar tetap bisa bertahan mencukupi kebutuhan hidupnya. Agar usahanya dapat bersaing di mata konsumen pelaku homepreneur harus melakukan inovasi dari segi produk, proses produksi agar meminimalisir waktu serta layanan yang dapat membuat konsumen merasa nyaman dan puas.

Beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Kinerja UMKM seperti Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi layanan. Rizky Valeo (2019) tentang pengaruh variabel inovasi produk, inovasi proses berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja

operasional UMKM. Dalam penelitian Al-Sa'di et al (2017) menunjukkan bahwa pengaruh yang signifikan dari proses mediasi ada inovasi produk Menurut Rahanatha (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa inovasi produk mampu meningkatkan kinerja UKM, masih ada hasil penelitian yang menunjukkan hasil yang sebaliknya. Hal ini terungkap pada penelitian yang dilakukan oleh Ardyan (2016) dengan variabel kompetensi kewirausahaan, inovasi produk pada kinerja bisnis dengan hasil positif tetapi tidak signifikan. Berdasarkan research gap yang ada, maka perlu dilakukan penelitian dengan melengkapi variabel lain sebagai pendorong peningkatan kinerja UMKM. Yaitu inovasi layanan, alasan melengkapi dengan variabel inovasi layanan karena inovasi proses dan produk harus berbasis juga dengan inovasi layanan agar meningkatkan keberhasilan kinerja UMKM.

Berdasarkan uraian ini, maka peneliti tertarik untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi kinerja UMKM, dengan judul ***“Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Layanan Terhadap Kinerja UMKM”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan yang ada maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- A. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Temanggung?
- B. Apakah inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Temanggung?

C. Apakah inovasi layanan berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Temanggung?

C. Tujuan Penelitian

Dengan melihat permasalahan diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Melakukan pengujian dan menganalisis pengaruh inovasi produk dan kinerja UMKM Kabupaten Temanggung.
2. Melakukan pengujian dan menganalisis pengaruh inovasi proses dan kinerja UMKM Kabupaten Temanggung.
3. Melakukan pengujian dan menganalisis pengaruh inovasi layanan dan kinerja UMKM Kabupaten Temanggung.

D. Manfaat Penelitian

A. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan *terkait pengaruh inovasi produk, inovasi proses dan inovasi layanan terhadap kinerja UMKM* dan penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

B. Kontribusi Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengevaluasi penerapan inovasi produk, inovasi proses dan inovasi layanan pada Homepreneur di Kabupaten Temanggung.

E. Sistematika Penulisan

Secara garis besar penelitian ini dijabarkan dalam 5 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan sebagai acuan bagi penelitian dasar dalam melakukan analisis. Disini penulis menelaah literatur serta penelitian terdahulu kemudian membentuk kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang variable penelitian dan definisi operasional dari masing-masing variable tersebut, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis.

BAB VI Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan mengenai analisis deskriptif dari objek penelitian serta analisis data pengujian hipotesis dan interpretasi hasil.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan, keterbatasan dan saran yang dapat digunakan sebagai bahan masukan serta pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Teori

1. *Theory of Planned Behaviour*

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang telah dikemukakan sebelumnya oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. TPB telah diterima secara luas sebagai alat untuk menganalisis perbedaan antara sikap dan niat serta sebagai niat dan perilaku Ajzen (1988). Dapat disimpulkan bahwa *Theory of Planned Behaviour* adalah niat yang timbul dari individu tersebut untuk berperilaku dan niat tersebut disebabkan oleh beberapa factor dari internal maupun eksternal dari individu tersebut.

Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional yang akan memperhitungkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan suatu perilaku yang akan mereka lakukan. TPB menjelaskan bahwa niat individu untuk berperilaku ditentukan oleh tiga faktor, yaitu :

1. Sikap terhadap perilaku

Sikap bukanlah perilaku, namun sikap menghadirkan suatu kesiapsiagaan untuk tindakan yang mengarah pada perilaku. Individu akan melakukan sesuatu sesuai dengan sikap yang dimilikinya terhadap suatu perilaku. Sikap terhadap perilaku yang dianggapnya positif itu yang nantinya akan dipilih individu untuk berperilaku

dalam kehidupannya. Oleh karena itu sikap merupakan suatu wahana dalam membimbing seorang individu untuk berperilaku.

2. Perspektif kontrol perilaku

Dalam berperilaku seorang individu tidak dapat mengontrol sepenuhnya perilakunya dibawah kendali individu tersebut atau dalam suatu kondisi dapat sebaliknya dimana seorang individu dapat mengontrol perilakunya dibawah kendali individu tersebut. Pengendalian seorang individu terhadap perilakunya disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu tersebut seperti keterampilan, kemauan, informasi, dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan yang ada disekeliling individu tersebut. Persepsi terhadap kontrol perilaku adalah bagaimana seseorang mengerti bahwa perilaku yang ditunjukkannya merupakan hasil pengendalian yang dilakukan oleh dirinya.

3. Norma Subyektif

Seorang individu akan melakukan suatu perilaku tertentu jika perilakunya dapat diterima oleh orang-orang yang dianggapnya penting dalam kehidupannya dapat menerima apa yang akan dilakukannya. Sehingga, normative beliefs menghasilkan kesadaran akan tekanan dari lingkungan sosial atau Norma Subyektif. Didalam penelitian ini, *Theory of Planned Behavior* digunakan sebagai pendekatan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi

kinerja UMKM untuk melakukan inovasi. *Reasoned Action* (TRA). Theory of Planned Behaviour dapat menjelaskan seseorang yang melakukan inovasi dengan memiliki sikap terhadap perilaku yang akan meningkatkan kualitas dalam berwirausaha maupun dalam aktivitas lainnya. Teori ini menunjukkan bahwa latar belakang seperti Inovasi produk, inovasi proses dan inovasi layanan akan mempengaruhi seseorang dalam mengambil suatu keputusan yang dalam penelitian ini merupakan pemilik UMKM dalam mengelola usahanya.

2. Kinerja UMKM

Pada era globalisasi ini perusahaan diharapkan mampu memberikan nilai tambah lebih pada barang/jasa yang ditawarkan baik itu secara kualitas ataupun efisien daripada pesaing. Hal ini secara rinci sulit dilakukan oleh UMKM, dikarenakan minimnya kemampuan manajemen dan pengelolaan sumber daya manusia yang terbatas. Kinerja UMKM dianalisis dengan menggunakan pendekatan yang didasarkan pada tiga asumsi yaitu :

1. Pengukuran kinerja UMKM kerap sulit dilakukan secara kuantitatif , dikarenakan terbatasnya sumber daya.
2. Pengukuran kinerja pada umumnya melihat keuangan yang kompleks, sehingga hal ini tidak secara rinci memperlihatkan kondisi aktual yang terjadi di bisnis tersebut.
2. Pengukuran kinerja yang kerap dipakai relatif hanya sesuai bila digunakan untuk perusahaan besar yang terstruktur manajemnya.

Menurut Islam, et al (2011) di dalam mengukur kinerja UMKM dibutuhkan sebuah alat ukur yang tepat dimana tidak hanya didasarkan pada alat ukur finansial saja tetapi juga alat ukur non finansial disesuaikan dengan tujuan dari sebuah pengukuran.

Kinerja berasal dari kata *Job Performance* atau *actual performance* yang berarti prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya. Kinerja bisnis adalah hasil dari tujuan-tujuan organisasi yang dicapai melalui efektifitas strategi dan teknik. Kinerja bisnis merupakan standar penting yang dipakai oleh sebuah perusahaan untuk menilai keberhasilan usaha.

Kinerja bisnis merupakan standar penting yang dipakai oleh sebuah perusahaan untuk menilai keberhasilan usaha. Kinerja bisnis dapat dilihat sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kebutuhan stakeholder dan kebutuhan sendiri untuk bertahan Basher Abbas Al-alak (2011). Kinerja bisnis memperhitungkan tanggung jawab bisnis antar semua yang terlibat dalam usaha tersebut dan mendefinisikan kinerja pasar sebagai sejauh mana sebuah organisasi mencapai hasil pasar. Kinerja ini harus diukur secara subjektif bila memungkinkan untuk memeriksa pengaruh bahwa orientasi pelanggan dan layanan tambahan memiliki lebih dari itu. Keberhasilan kinerja UMKM dapat diukur dari sejauh mana tingkat keberhasilan sebuah perusahaan pada suatu periode tertentu, melalui asset yang dimiliki. Untuk mencapai kinerja bisnis yang baik, pengusaha harus memiliki kemampuan dalam menjalankan usaha

dengan tepat salah satunya adalah kemampuan berwirausaha. Huntasuhunt (2018) menyatakan bahwa seorang wirausaha harus memiliki karakter wirausaha berkontribusi dalam mengembangkan usaha yang dijalankan. Diantaranya adalah :

1. Sikap Mandiri
2. Berani Mengambil Resiko
3. Pengetahuan tentang produk

Faktor-faktor diatas dapat menghasilkan dampak terhadap kinerja UMKM jika dilakukan dengan penerapan yang baik dan sesuai dengan apa yang akan dicapai. Kinerja UMKM sebagai hasil kerja yang dicapai oleh individu yang menyesuaikan dengan peran atau tugas individu tersebut dalam suatu perusahaan pada suatu pada periode tertentu.

Pengukuran kinerja UMKM menggunakan indikator yang mudah dan mampu memperlihatkan keadaan UMKM yang sebenarnya. Terdapat beberapa model untuk pengukuran kinerja, secara umum terdiri atas keuangan dan non keuangan. Pengukuran juga dapat dilakukan di lingkungan internal dan eksternal usaha. (Munizu Musran, 2010) menjabarkan lebih jelas pengukuran kinerja UMKM dapat diukur dengan melihat ada atau tidaknya pertumbuhan yang terjadi pada suatu usaha, hal tersebut menjadi indikator untuk mengukur kinerja UMKM. Indikator tersebut diantaranya :

1. Penjualan
2. Pertumbuhan pada modal

3. Pertumbuhan pada tenaga kerja
4. Pertumbuhan pada pasar
5. Pertumbuhan pada laba

3. Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan proses dari penggunaan teknologi baru dalam suatu produk sehingga produk mendapatkan nilai tambah (R. V. Nugraha, 2019). Melalui inovasi seseorang dapat menambahkan nilai dari produk, pelayanan, proses kerja, pemasaran dan sistem pengiriman tidak hanya bagi perusahaan namun juga untuk pemegang saham dan masyarakat. Kemampuan penerapan kreativitas dalam memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan kehidupan.

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri. Penawaran produk oleh perusahaan sekarang ini menjadi beragam, tentunya terdapat kelebihan dari masing-masing produk sesuai kebutuhan. Sebagai konsumen, mereka akan lebih memilih dan selektif pada produk yang membuat mereka tertarik, maka para wirausaha akan bersaing untuk menginovasi produk yang dihasilkan agar konsumen tertarik akan produknya, dan inovasi produk dilakukan untuk mempertahankan konsumen sebagai pelanggan tetap. Inovasi produk itu perlu dilakukan rutin terdapat perubahan yang menuntut kita untuk mengikuti perubahan tersebut. Sebuah produk harus ada inovasi yang dilakukan oleh seorang wirausaha karena selera konsumen akan sebuah produk pasti akan selalu berubah mengikuti perkembangan

zaman. Inovasi produk dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan sebuah perusahaan seiring dengan persaingan yang semakin ketat. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan menciptakan perubahan atau pengembangan produk yang paling diandalkan untuk memenangkan pasar.

Produk lama yang telah mencapai titik jenuh di pasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Menerapkan inovasi produk dalam perusahaan adalah salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan meningkatkan kinerja perusahaan. Aktivitas inovasi yang kreatif baik itu inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang akan berdampak pada kinerja perusahaan (Ekawati Sanny,2016).

Inovasi sebagai proses adaptasi perusahaan dalam menciptakan gagasan mengenai produk baru yang dapat diperoleh dari konsumen,maupun *competitor*. Inovasi produk,dapat berasal dari perbaikan maupun perubahan terhadap produk yang telah ada sebelumnya. Agar dapat memenangkan kompetisi, perusahaan diharapkan dapat menghadirkan gagasan baru serta menghasilkan produk yang inovatif agar pendapatan meningkat. Tujuannya yaitu untuk memenuhi permintaan pasar, sehingga produk inovasi menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Melalui inovasi produk,

perusahaan memiliki keunggulan dalam menghadapi persaingan untuk memenuhi kebutuhan pasar sehingga menciptakan posisi strategis. Perusahaan yang mampu mendesain produknya sesuai dengan keinginan konsumen akan mampu bertahan dengan persaingan karena produknya yang tetap diminati. Inovasi produk akan mengarahkan pada pengembangan produk dari perspektif perusahaan Arief, M., & Rosiawan (2018).

Dimensi inovasi produk menurut penelitian Sekardia Pratiwi (2016), terdapat tiga dimensi inovasi produk, antara lain :

- a. Perluasan lini (*line extensions*) yaitu produk yang dihasilkan perusahaan bervariasi, sehingga memudahkan konsumen mencari barang sesuai kehendaknya.
- b. Produk baru (*me too product*) yaitu produk yang dihasilkan perusahaan tetapi tidak baru bagi pasar.
- c. Produk benar-benar baru (*new to the world product*) adalah produk yang termasuk baru bagi perusahaan maupun pasar.

Kemudian, karakteristik inovasi produk menurut Ellitan et al, (2009), yaitu :

1. Keuntungan relative adalah tingkatan dimana suatu ide dapat dianggap suatu yang lebih baik daripada ide-ide yang sebelumnya dan secara ekonomis dapat menguntungkan
2. Kesesuaian adalah sejauh mana masalah suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu dan

kebutuhan konsumen.

3. Kerumitan adalah sebuah tingkatan dimana suatu inovasi dianggap relative sulit dipahami dan digunakan.
4. Kemungkinan untuk mencoba dimana suatu inovasi dalam skala kecil. Ide yang baru dapat dicoba dalam skala kecil dan lebih cepa diadopsi daripada inovasi yang tidak dapat dicoba lebih dahulu.
5. Mudah diamati tingkat hasil-hasil suatu inovasu dapat dengan mudah dilihat sebagai keuntungan teknis ekonomis.

Konsep inovasi produk (Prajogo, 2016) sebagai pengembangan perubahan dalam memenuhi kebutuhan strategis pada pelanggan dan memasuki pasar baru. Berdasarkan literatur diatas inovasi produk mengacu pada indikator (Bao, et al, 2017) :

1. Perusahaan memperkenalkan inovasi produk dengan atribut yang benar-benar baru ke pasar.
2. Produk baru sangat inovatif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. Perusahaan sering mengadopsi ide baru dalam pengembangan produk bau.
4. Perusahaan memperkenalkan produk baru dengan cepat kepasar

4. Inovasi Proses

Inovasi proses adalah tindakan untuk memperkenalkan proses produksi baru atau aktivitas harian baru Najib, M., & Kiminami, (2011). Inovasi proses merupakan perubahan produksi barang yang diproduksi oleh sebuah perusahaan yang telah melewati berbagai macam peningkatan. Sebuah proses dalam pembuatan suatu produk, akan

memakan waktu dan biaya jika proses yang dilakukan tidak efisien, akan membuat produk terlambat masuk pasar. Inovasi proses menggambarkan perubahan dalam cara perusahaan menghasilkan suatu produk dengan teknologi modern yang membuat prosesnya tidak memakan waktu dan biaya yang besar.

Inovasi proses menjelaskan perubahan dalam cara organisasi memproduksi produk atau jasa akhir dari perusahaan. Inovasi mengacu pada aplikasi baru pengetahuan, gagasan, metode dan ketrampilan yang dapat memanfaatkan daya saing perusahaan. Inovasi proses merupakan teknik dan proses baru yang diikutsertakan ke dalam proses operasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas untuk menurunkan biaya produksi serta pengiriman Un, C.A & Asakawa (2015). Proses produksi di UMKM mencakup mulai dari proses, input, bahan pendukung, bahan kemasan, dan produk siap kirim ke pelanggan. Inovasi proses menggambarkan perubahan dalam bagaimana suatu organisasi menghasilkan produk dan layanan Hartini (2012). Inovasi proses dalam UMKM adalah proses yang melibatkan seluruh bagian dari usaha tersebut secara substansial. Gunday et al (2011) mendefinisikan inovasi proses sebagai teknik dan proses baru yang diperkenalkan ke dalam perusahaan yang membantu meningkatkan efisiensi atau efektivitas, dan menurunkan biaya produksi.

Pengukuran inovasi proses dalam peningkatan proses produksi untuk menghasilkan suatu produk Prajogo (2015) yaitu:

1. Kecepatan dan efisiensi proses produksi

2. Keandalan proses produksi dan teknologi
3. Berusaha menjaga proses produksi di depan pesaing

5. Inovasi layanan

Inovasi layanan (service innovation) disebut sebagai acuan sejauh mana UMKM mencapai keunggulan kompetitif (Storey et al, 2016). Inovasi layanan adalah perubahan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran dengan mempercepat system kerja layanan yang ada. Menurut (Owano, Lucy Atieno, 2014) inovasi layanan adalah perubahan yang dilakukan perusahaan untuk menjadi lebih baik dan mampu memenuhi kebutuhan pasar. Apabila perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pasar, maka konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa pada perusahaan tersebut. Sedangkan menurut (Dhewanto, 2014) inovasi sebagai kombinasi baru dari faktor-faktor produksi yang dibuat oleh pengusaha dan pemikiran inovasi adalah kekuatan pendorong yang penting (*critical driving force*) dalam pertumbuhan ekonomi. Inovasi yang efektif diterapkan dalam perusahaan adalah inovasi pada produk, proses, layanan dan teknologi.

Menurut (Delafrooz et al, 2013) inovasi layanan dapat membuat konsumen sangat puas atas pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen terjadi karena perusahaan membuat perubahan dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen, perubahan interaksi terhadap konsumen seperti apa yang dibutuhkan untuk menjaga komunikasi dan komitmen. Inovasi layanan dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan

menggarisbawahi beberapa tujuan yang jelas seperti; meningkatkan penjualan, memenuhi kebutuhan konsumen, membuka pasar baru, dan menempatkan produk yang dibuat oleh perusahaan di dalam pasar. Inovasi layanan adalah kegiatan baru yang dilakukan perusahaan yang menghasilkan layanan baru prosedur baru atau proses dari meningkatkan nilai tambah bagi jasa yang diberikan perusahaan. Kegiatan inovasi layanan dilakukan untuk menarik perhatian lebih dari pelanggan.

Prosedur inti untuk keberlanjutan perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan dengan produk, layanan atau metode yang inovatif untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulannya. Inovasi layanan mendorong perusahaan untuk mengubah perubahan lingkungan menjadi peluang (Hsieh, Y.H.; Chou, 2018). Inovasi layanan tidak hanya melibatkan layanan baru namun juga teknologi baru, jaringan baru dan prosedur baru. Tak bisa dipungkiri bahwa penjualan dan pelayanan merupakan segitiga besar yang tidak dapat dipisahkan, suksesnya suatu usaha berkat suatu dukungan dan pelayanan yang baik. Dengan cara itu maka usaha akan berkembang mencapai kapasitas optimalnya. Kualitas pelayanan harapan konsumen akan kinerja akan suatu produk atau jasa setelah konsumen tersebut menggunakan atau mengambil manfaat dari suatu produk. Dengan kata lain kualitas merupakan penentu baik atau tidaknya suatu produk atau jasa dimata konsumen. Kualitas layanan memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan

keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan. Dimensi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi yang dikemukakan oleh Zakiya (2015) :

a. Mengembangkan Model Bisnis Baru.

Mengembangkan model bisnis baru melibatkan perubahan mendasar dalam cara pendapatan dan keuntungan yang diperoleh. Inovasi dalam model bisnis dapat terjadi dalam satu proses.

b. Mengembangkan Layanan Baru.

Pengembangan layanan baru dapat terjadi dalam banyak cara, yaitu dalam bentuk jasa atau konsep-konsep baru. Bentuk jasa baru akan mempengaruhi kinerja usaha.

c. Membuat interaksi dengan pelanggan baru.

Interaksi penyedia jasa dengan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat, interaksi ini membuat kedekatan antara konsumen dengan perusahaan sehingga perusahaan akan mudah mengetahui keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Pengukuran inovasi layanan akan mempengaruhi keberhasilan dari perusahaan dalam melakukan inovasi. Menurut Zakiya (2015) menyatakan bahwa pengukuran inovasi layanan dapat dilakukan melalui :

a) Mengembangkan Model Bisnis Baru.

Mengembangkan model bisnis baru melibatkan perubahan

mendasar dalam cara pendapatan dan keuntungan yang diperoleh. Inovasi dalam model bisnis dapat terjadi dalam satu proses.

b) Mengembangkan Layanan Baru.

Pengembangan layanan baru dapat terjadi dalam banyak cara, yaitu dalam bentuk jasa atau konsep-konsep baru. Bentuk jasa baru akan mempengaruhi kinerja usaha.

c) Membuat interaksi dengan pelanggan baru.

Interaksi penyedia jasa dengan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat, interaksi ini membuat kedekatan antara konsumen dengan perusahaan sehingga perusahaan akan mudah mengetahui keinginan dan kebutuhan dari konsumen.

Menurut Delafrooz (2013) bahwa pengukuran inovasi layanan dapat dilakukan melalui :

1. Penggunaan Teknologi

Penggunaan teknologi sesuai dengan perkembangan zaman akan memudahkan perusahaan dalam proses layanan sehingga akan mempercepat perusahaan untuk memberikan pelayanan. Pemanfaatan teknologi akan meningkatkan privasi konsumen, kerahasiaan, dan berpengaruh pada komunikasi antara perusahaan dengan konsumen sehingga memudahkan perusahaan dalam melakukan evaluasi pada proses layanan.

2. Interaksi dengan pelanggan

Interaksi perusahaan dengan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat, interaksi ini membuat kedekatan antara konsumen dengan perusahaan sehingga perusahaan akan mudah mengetahui keinginan dan kebutuhan dari konsumen, selain itu interaksi dengan pelanggan akan memudahkan perusahaan untuk melakukan perbaikan apabila terjadi keluhan pelanggan.

3. Pengembangan layanan baru

Pengembangan layanan baru adalah bentuk layanan baru yang diterapkan berbeda dengan pelayanan sebelumnya, atau perbaikan pada proses layanan. Bentuk layanan baru akan mempengaruhi kinerja pemasaran karena apabila layanan berhasil diterapkan maka akan meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan.

4. Sistem pengiriman layanan

Sistem pengiriman layanan perusahaan dapat dinilai dari seberapa baik produk atau jasa diserahkan kepada pelanggan. Hal ini mencakup kecepatan, ketepatan, dan perhatian selama proses pengiriman.

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian terdahulu ini dicantumkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti

lain. Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Valeo Nugraha (2019) dengan variabel *Inovasi Produk, kualitas inovasi, inovasi terhadap kinerja operasional*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja operasional perusahaan, menunjukkan bahwa kualitas informasi mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja operasional perusahaan

Penelitian kedua dilakukan oleh Al-Sa'di et al (2017) dengan variabel *product innovation and process innovation, knowledge management and operational performance*” dengan pendekatan kuantitatif dan hasil yang menunjukkan bahwa analisis statistik mengungkapkan pengaruh yang signifikan dari proses mediasi pada inovasi produk. Dari perspektif teoritis, hasil ini menunjukkan bahwa proses mediasi efektif untuk meningkatkan produk inovatif dan meningkatkan kemampuan perusahaan manufaktur untuk bersaing di pasar baru dan berbeda.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Tarigan (2018) dengan variabel *commitment organization, product and process innovation, operational performance* dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menunjukkan hasil bahwa komitmen organisasi yang kuat kepada perusahaan memberikan inovasi proses yang sangat baik karena aturan dan prosedur yang ditetapkan, dan wewenang dan tanggung jawab telah diselesaikan dengan baik. Pemilik dan karyawan UKM telah mulai menerapkan sistem kendali mutu dan pelatihan berkelanjutan dari pemerintah. Proses yang sangat baik

untuk menghasilkan inovasi produk dan secara bersama meningkatkan kinerja operasional.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Abyudha Abdullah (2019) dengan variabel *komitmen organisasi, inovasi produk, inovasi proses, planning control dan kinerja operasional*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis yaitu regresi berganda. Hasil dari penelitian ini adalah komitmen organisasi yang tinggi didalam perusahaan tentunya akan tumbuh rasa tanggung jawab dalam diri karyawan dan juga tumbuh kemauan, kebanggaan dan kesetiaan yang dimiliki karyawan terhadap perusahaan. Tentunya dengan adanya komitmen organisasi yang baik dapat menciptakan kinerja operasional perusahaan yang baik pula. Perencanaan yang baik tentu akan berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan. Dengan menggunakan mesin baru, perusahaan dapat mengurangi beberapa biaya membebani, yaitu, karyawan yang berlebihan dan produk gagal. Hal ini diharapkan dapat memberikan produk baru untuk memuaskan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka meningkatnya inovasi proses dapat meningkatkan kinerja.

Penelitian kelima dilakukan oleh Zayed et al (2017) dengan variabel *market orientation, culture, innovation, learning orientation dan operational performance*. Penelitian yang dilakukan di Mesir ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis yaitu regresi berganda. Hasil menunjukkan bahwa ada perubahan signifikan dalam inovasi karena orientasi pasar, tetapi hipotesis kedua ditolak dan hasilnya menunjukkan bahwa ada

hubungan yang tidak signifikan antara orientasi belajar dan inovasi menunjukkan orang lebih suka belajar dari pengalaman oranglain.

Penelitian yang keenam dilakukan oleh Yulianto et al (2019) dengan variabel *Orientasi pasar, orientasi merek, orientasi konsumen, inovasi layanan dan kinerja UMKM*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis spss 24.0 dan hasil menunjukkan bahwa orientasi pasar memiliki dampak yang signifikan secara positif terhadap kinerja UMKM. Temuan secara langsung juga terdapat pada variabel orientasi merek, konsumen yang berdampak positif terhadap kinerja dan pertumbuhan UMKM. Temuan lain juga menunjukkan bahwa inovasi layanan mempengaruhi pertumbuhan UMKM. Partner eksternal dalam inovasi layanan memiliki dampak positif terhadap kinerja UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Jannah et al (2019) dengan variabel *Orientasi pasar, inovasi produk, kinerja UMKM*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis regresi berganda dengan hasil statistic yang menunjukkan orientasi pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, pada variabel inovasi produk juga menunjukkan hasil positif signifikan terhadap kinerja UMKM.

Penelitian Utami (2019) dengan variabel *inovasi, kinerja UMKM, modal insani dan modal sosial* penelitian ini menggunakan metode survei dengan alat analisis hierarchical regression analysis. Hasil statistic menunjukkan bahwa

C. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Hubungan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM

Terkait dengan adanya inovasi produk, maka harus dilihat peluang pasar dengan baik dan memberikan inovasi produk baru kepada konsumen, sehingga perusahaan mampu bertahan menjadi lebih baik dari para pesaingnya. Inovasi produk merupakan salah satu dampak perubahan teknologi cepat dan variasi produk yang tinggi akan meningkatkan kinerja perusahaan Sri Hartini (2012).

Penelitian oleh Nugraha (2019) yang menyatakan bahwa inovasi produk yang dilakukan pada usaha coffe shop di Yogyakarta berdampak pada kinerja. Kualitas inovasi dalam menghasilkan produk dan proses inovasi akan memberikan kinerja yang sangat baik bagi suatu perusahaan, berdasarkan hal tersebut, maka terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap kinerja UMKM, sehingga terbentuk hipotesis sebagai berikut :

H1. Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja UMKM

2. Pengaruh Hubungan Inovasi Proses Terhadap Kinerja UMKM Inovasi proses berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Inovasi proses adalah perilaku untuk membuat suatu proses produksi baru atau aktivitas harian baru Najib & Kiminami (2011). Dengan adanya inovasi proses dalam perusahaan tentu akan terjadi perubahan dalam proses produksi, dengan menggunakan mesin baru, perusahaan dapat mengurangi beberapa biaya yaitu karyawan yang berlebihan dan produk gagal. Pemotongan biaya membuat perusahaan

mengurangi harga produk mereka. Jika harga turun perusahaan akan mudah bersaing di pasar dan dapat memenangkan pangsa pasar.

Perusahaan yang menerapkan proses inovasi lebih cepat dalam memenuhi pesanan dan kebutuhan konsumen di pasar. Penelitian Tarigan (2018) juga mengatakan bahwa inovasi proses yang dilakukan oleh perusahaan akan meningkatkan kinerja perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat pengaruh antara inovasi proses dengan kinerja, sehingga terbentuk hipotesis sebagai berikut

H2. Inovasi Proses berpengaruh terhadap Kinerja UMKM

3. Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Kinerja UMKM

Inovasi layanan mengacu pada layanan yang berbeda dari yang diketahui konsumen sebelumnya. Perusahaan menyediakan layanan yang berbeda dari pengalaman konsumen yang sebelumnya Tseng, et al (2018). Inovasi layanan bukan semata-mata pengembangan layanan baru, tetapi juga kegiatan inovatif yang mengubah dan meningkatkan arus produk, dan sistem pengiriman. Untuk menciptakan pasar baru, perusahaan juga harus menerapkan layanan yang dapat mengelola pengalaman pelanggan.

Kombinasi pengaruh internal dan eksternal dapat memfasilitasi pengembangan pengetahuan yang penting bagi proses inovasi layanan. Perusahaan yang berfokus pada layanan berhasil dengan menggunakan pengetahuan eksternal daripada pengetahuan internal Storey et al (2016). Inovasi layanan menciptakan nilai bagi pelanggan, karyawan, pemilik

bisnis, mitra aliansi, dan masyarakat melalui layanan baru, proses layanan, dan model layanan bisnis yang lebih baik.

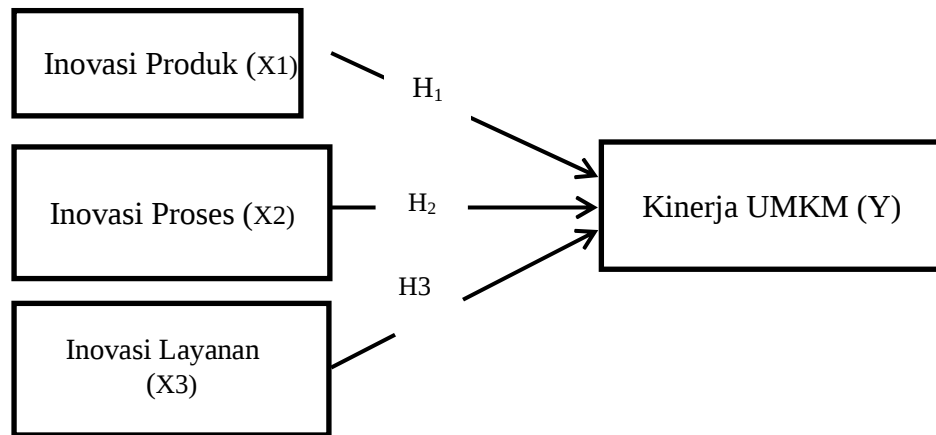
Penelitian Yulianto (2019) menunjukkan bahwa inovasi layanan memiliki pengaruh langsung pada kinerja perusahaan sektor keuangan serta loyalitas dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu hipotesis yang dirumuskan yaitu :

H3. Inovasi Layanan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM

D. Model Penelitian

Terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi Kinerja UMKM dalam homepreneur. Dalam penelitian ini penulis memilih variabel Inovasi produk, inovasi proses dan inovasi layanan. Berdasarkan penjelasan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (*independent variabel*) adalah Inovasi produk X1, inovasi proses x2, inovasi layanan X3 dan variabel terikat (*dependent variabel*) adalah Kinerja UMKM Y.

Kinerja UMKM yang didasarkan pada penelitian ini lebih difokuskan pada Inovasi produk, inovasi proses dan inovasi layanan. Hal ini didasarkan berdasarkan research gap



Gambar 1. Model Penelitian

Keterangan :

—————> : Berpengaruh langsung

H1 : Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM

H2: Inovasi Proses berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM

H3: Inovasi Layanan berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan data kuantitatif (data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan). Atau dapat disebut juga dengan penelitian kuantitatif jika penemuan-penemuan yang dihasilkan didapat/diraih dengan cara/ prosedur statistic atau cara-cara lain dari kuantitatif (pengukuran).

B. Jenis Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam memperoleh data atau informasi ini peneliti langsung menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku, literature, dan bacaan-bacaan lain yang menunjang penelitian.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti mengajukan beberapa kalimat pertanyaan atau pernyataan kepada responden kemudian dijawab secara tertulis dan setelah semua pertanyaan sudah terjawab, pertanyaan tersebut dikembalikan lagi kepada peneliti untuk dianalisa.

Kuesioner yang diberikan kepada responden harus dapat diukur validitas dan reliabilitasnya karena dalam penggunaan instrument kuesioner ini, kualitas dari kuesioner akan menentukan valid atau reliabelnya data yang diperoleh. Jadi, sebelum angket disebar kepada responden maka perlu dilakukan pengujian terlebih dahulu.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Peneliti memilih homepreneur di Kabupaten Temanggung karena sesuai dengan fenomena yang ada dan usaha yang paling berpotensi pada saat ini.

2. Sampel

Pendapat Sugiyono (2011) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobabilistic sampling sedangkan untuk teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku homepreneur di Kabupaten Temanggung. Yang umur usahanya diatas 1 tahun. Homepreneur adalah Suatu usaha yang produksi dan pemasarnya dilakukan dari rumah dengan memanfaatkan fasilitas yang ada seperti dapur, pelaku homepreneur sendiri bisa laki-laki yang memiliki kemampuan untuk memulai sesuatu yang baru adapula perempuan yang menyeimbangkan peran ibu rumah tangga dan melakukan bisnis dirumah .

Penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan beberapa pendapat. Roscoe (1975) mengatakan bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden kemudian dijawab secara tertulis dan setelah semua pertanyaan sudah terjawab, pertanyaan tersebut dikembalikan lagi kepada peneliti untuk dianalisa. Kuesioner yang diberikan kepada responden harus dapat diukur validitas dan reliabilitasnya karena dalam penggunaan instrument kuesioner ini, kualitas dari kuesioner akan menentukan valid atau

reliabelnya data yang diperoleh. Jadi, sebelum angket disebar kepada responden maka perlu diadakan pengujian terlebih dahulu.

E. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional Variabel

a. Kinerja UMKM

Kinerja UMKM yaitu tingkat pencapaian tujuan yang didasarkan pada tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya, dalam menilai kinerja organisasi harus dikembalikan pada tujuan atau alasan dibentuknya suatu organisasi Darmanto(2018: 15). Adapun indikator pengukuran kinerja UMKM menurut Utami (2019), yaitu :

1. Pertumbuhan
2. Penjualan
3. Jumlah Pelanggan
4. Target Penjualan
5. Jangkauan Pemasaran
6. Pertumbuhan laba

b. Inovasi Produk

Aktivitas inovasi yang kreatif baik itu inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang akan berdampak pada kinerja perusahaan Nugraha (2019). Indikator pengukuran variabel inovasi produk yaitu:

1. Kemampuan melakukan peniruan produk yang sudah ada
2. Kemampuan mengembangkan produk baru

3. Menciptakan produk baru bagi perusahaan

4. Kemampuan berinovasi

c. Inovasi Proses

Proses inovasi adalah metode produksi baru dengan mengadopsi teknologi baru di seluruh proses rantai nilai termasuk manufaktur, pemrosesan data dan distribusi Ismail & Mamat (2012). Inovasi proses menggambarkan perubahan dalam cara organisasi menghasilkan produk dan layanan Hartini (2012). Indikator pengukuran inovasi proses menurut Abdullah (2019) dapat diukur dengan tiga cara, yaitu :

1. Peningkatan konstan dalam proses produksi
2. Alokasi data penelitian
3. Frekuensi pelatihan di bidang terkait produk

d. Inovasi Layanan

Inovasi layanan (*service innovation*) disebut sebagai acuan sejauh mana UMKM mencapai keunggulan kompetitif Storey et al (2016). Menurut penelitian Yulianto (2019). Indikator pengukuran variabel Inovasi layanan yaitu

1. Penggunaan teknologi
2. Interaksi dengan pelanggan
3. Pengembangan layanan baru
4. Sistem pengiriman layanan

2. Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis skala *likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial Sugiyono (2017). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi *indicator variable*. Kemudian *indicator* tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa kalimat pertanyaan atau pernyataan. Dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) dengan nilai skor 5
- b. Setuju (S) dengan nilai skor 4
- c. Netral (N) dengan nilai skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) dengan nilai skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai skor 1

F. Analisis Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan alat statistik yang berfungsi mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya. Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan suatu data yang dilihat dari mean, median, deviasi standar, nilai minimum dan nilai maksimum Ghazali (2018). Pengujian ini dilakukan untuk mempermudah memahami variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

2. Uji Instrumen Data

Dengan menggunakan instrument data uji validitas dan uji reliabelitas, diharapkan hasil penelitian yang dilakukan dapat menunjukkan hasil yang valid dan reliable

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Menurut Ghazali (2018) pembuktian Uji Validitas dilihat dari pengujiannya yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor individu masing-masing pernyataan dengan skor total dari variabel. Jika korelasi antara tiap variabel dengan total variabel secara keseluruhan lebih kecil dari taraf signifikansi $>0,01$ atau $>0,05$ maka variabel tersebut dinyatakan valid. Kriteria penilaian uji validitas adalah :

- 1) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$, maka item kuesioner tersebut valid
- 2) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, maka item kuesioner tersebut tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Imam Ghazali, 2018 : 45) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menganalisis reliabilitas, pengukuran dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban

pertanyaan dengan menggunakan SPSS yaitu uji Cronbach Alpha (α). Untuk mengukur reliabilitas, dinyatakan bahwa jika nilai intercept (konstan) lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut reliabel secara statistik sekaran, (2014). Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah :

- 1) Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dan taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- 2) Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dan taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent yang terdiri dari inovasi produk, inovasi proses dan inovasi layanan terhadap variabel dependen yaitu kinerja UMKM. Kerangka kerja persamaan analisis regresi ini sebagaimana rumus berikut Sugiyono (2014).

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja UMKM

a = Konstanta

X1 = Inovasi Produk

X2 = Inovasi Proses

X3 = Inovasi Layanan

β_1 = Koefisien regresi variabel X1, Inovasi Produk

β_2 = Koefisien regresi variabel X2, Inovasi Proses

β_3 = Koefisien regresi variabel X3, Inovasi Layanan

e = Error

1. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji R Square (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu Ghazali (2013). Nilai R² yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

2. Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan t tabel (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil hipotesis uji t adalah digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n-1$ (Ghozali, 2016).

- a. Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $p\ value < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a tidak ditolak berarti variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

- b. Jika $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, atau $p \text{ value} > \alpha = 0,05$ maka H_0 tidak ditolak dan H_a ditolak berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap kinerja UMKM, artinya semakin rutin dilakukan inovasi produk atau pembaharuan produk maka tujuan kinerja UMKM akan meningkat.
2. Inovasi proses memberikan pengaruh terhadap kinerja UMKM . Dunia bisnis saat ini semakin banyak dan juga menjadi salah satu kebutuhan bagi banyak masyarakat. Semakin pelaku usaha memperhatikan proses produksi dari mulai produksi hingga pengemasan maka akan meningkatkan kinerja UMKM sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.
3. Hasil penelitian dari variabel inovasi layanan terhadap kinerja UMKM juga menunjukkan positif dan signifikan, artinya semakin tinggi inovasi layanan ditingkatkan maka akan meningkat pula kepuasan konsumen yang akan meningkatkan kinerja UMKM.

B. Saran

Peneliti berharap dari hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi *homepreneur* maupun bagi penelitian selanjutnya. Berikut ini saran penelitian yang dapat direalisasikan oleh perusahaan maupun oleh penelitian selanjutnya :

1. Bagi *homepreneur* di kabupaten Temanggung sebagai berikut:

Penting bagi pelaku usaha untuk terus memantau trend pasar saat ini. Pelaku usaha perlu mengembangkan media pemasaran untuk mengetahui keinginan pelanggan. Inovasi perlu dilakukan secara rutin yang akan memberikan keuntungan bagi pelaku usaha.

2. Bagi peneliti Selanjutnya:

- a. Penelitian selanjutnya perlu menambah variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM
- b. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan tempat yang berbeda sebagai objek penelitian
- c. Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan masukan dan menambah referensi untuk penelitian selanjutnya pada bidang penelitian yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2019). *Pengaruh Komitmen Organisasi, inovasi produk, inovasi proses, planning control terhadap kinerja operasional umkm.*
- Ajzen, I. (1988). Attitudes, personality, and behaviour. *Univesity Press and Chicago.*
- Al-Sa'di, A. F., Abdallah, A. B., & Dahiyat, S. E. (2017). The mediating role of product and process innovations on the relationship between knowledge management and operational performance in manufacturing companies in Jordan. *Business Process Management Journal*, 23(2), 349–376. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-03-2016-0047>
- Ardyan, E. (2016). *Dampak Positif Seorang Wirausaha Yang Memiliki Kompetensi Kewirausahaan Pada Kesuksesan Inovasi Produk dan Kinerja Bisnis. April.*
- Arief, M., & Rosiawan, R. . (2018). Kinerja Pemasaran Berdasarkan Orientasi Pasar Melalui Inovasi Produk: Pengujian Empiris Pada UMKM di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 14(3), 129–141. <https://doi.org/10.21067/jem,v14i3.2799>
- Bao, Y., Li Y., Pang, C., Bao, Y., & YI, X. (2017). Industrial Marketing Management Do resource differences between manufacturers and suppliers help or hinder product innovation of manufacturing? The Moderating role of trust and contracts. *Journal Industrial Management.*
- Basher Abbas Al-alak, S. M. A. T. (2011). Gaining Competitive Advanted and Organizational Performance Through Customer Orientation Innovation Differential and Market Differentiation. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(5).
- Cangkaew, L. (2012). *Three Dimension Model: Stage for Service innovatinon in Hospital.* 4(4).
- Delafrooz, N. et al. (2013). *The impact of service innovation on consumer satisfaction.* 3(2).
- Dhewanto, W. dkk. (2014). *Manajemen Inovasi Peluang sukses menghadapi perubahan* (andi (ed.)).
- Ekawati Sanny, P. I. (2016). Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan UKM Di Jakarta. *Conference on Management and Behavioral Studies.*
- Ellitan et al. (2009). *Manajemen Inovasi: Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia.* Alfabeta Bandung.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Denagn Program Ibm Spss 21 Update PLS Regresi.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K & Alpkan, L. (2011). Effect Of Innovation type on firm performance. *Journal of Prodcution Economics*, 133(2), 662–676.
- Hsieh, Y.H.; Chou, Y. H. (2018). Modeling The Impact of service innovation for small and medium enterprises: Asystem dynamics approach. *Stimulus Model Practice and Theory*, 82, 84–102.
- Huntasuhunt, S. (2018). The Roles of Entrepreneurship Knowledge,Self - Efficacy,Family,Education and Gender on Entrepreneurial Intention. *Dinamikan Pendidikan, Semarang: Fakultas Ekonomi UNNES*.
- Imam Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Islam, M.A., Khan,MA.,Obaidullah A.Z.M., & Alam, S. . (2011). Effect of entrepreneur and firm characteristics on the business success of SMEs. *International Journal of Business and Management*, 6, 289–299.
- Jannah, M., Irawati, A., & Purnomo, H. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban. *Eco-Entrpreneurship*, 5(1), 33–48.
- Munizu Musran. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja UMK di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12, 33–41.
- Najib, M., & Kiminami, A. (2011). Innovation, cooperation and business: Some evidence from Indonesian small food processing cluster. *Journal of Agribusiness in Developing and Economics*, 1(1), 75–96.
- Najib, M., Kiminami, A., & Yagi, H. (2011). Competitiveness of Indonesian Small and Medium Food Processing Industry: Does the Location Matter? *International Journal of Business and Management*, 6(9), 57–67. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n9p57>
- Nugraha, R. V. (2019). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Informasi, Inovasi Proses terhadap Kinerja Operasi Perusahaan Coffee Shop di Yogyakarta. *Universitas Islam Indonesia*, 6(1), 5–10. <https://doi.org/10.1109/MTAS.2004.1371634>
- Nugraha, V. R. (2019). Pengaruh Inovasi produk,kualitas informasi,inovasi terhadap kinerja operasional. *Universitas Islam Indonesia*.
- Owano, Lucy Atieno, D. O. alala dan D. D. M. (2014). *Relationship between Customern Sevice Innovation and Customer Satisfaction in the Banking Industry: A Case Study of Kenya Commercial Bank*. 16(6).
- Prajogo, D. . (2015). The Strategic fit between innovation strategies and business environment in delivering business performance. *International Journal of Production Economics.*, 171, 241–247.
- Prajogo, D. . (2016). The Strategic fit between innovation strategics and business enviroment in delivering business perfomance. *Journal of Prodcution Economics*.

- Rahanatha, P. &. (2017). No Title. *Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran*. Universitas Udayana Bali.
- Roscoe, J. . (1975). *Fundamental Research Statistics For the Behavioural Sciences*. New York: Hol Rinehart & Winston.
- sekarana. (2014). *Research Methods for business*.
- Sri Hartini. (2012). *Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas produk dan kinerja bisnis*. 14, 63–90.
- Storey, C, Cankurtartaran, P, Papastathopoulou, P. (2016). Success Factors for service innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 33(5), 527–548.
- Storey DJ,Keasev;R Watson, P. W. (2016). *The Performance Of Small Firms: profits,jobs and failures*. Routledge London and New York.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : ALFABETA.
- Un, C.A & Asakawa, K. (2015). Types of R&D Collaborations and Process Innovation: The Benefit Of Collaborating Upstream in The Knowledge Chain. *Journal Industrial Management*, 31(1), 138–153.
- Utami, E. M. (2019). *Peningkatan inovasi dan kinerja umkm melalui modal insani dan modal sosial*. 3(November), 197–203.
- Yulianto, G. (2019). *pENGARUH ORIENTASI PASAR, KONSUMEN, MEREK, DAN INOVASI LAYANAN TERHADAP KINERJA UMKM DI YOGYAKARTA*. 17 nomor 1, 24.
- Zakiya, M. E. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati di Kabupaten Kudus*. Universitas Negeri Semarang.